

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA GALLEGA

En un contexto como el actual, altamente globalizado, las empresas han de enfrentarse constantemente a cambios en el entorno para garantizar su supervivencia. Las estrategias de las organizaciones se basan, cada vez más, en la identificación, desarrollo y blindaje de ventajas competitivas.

En este capítulo analizaremos un año más, a través de una encuesta¹ realizada a 370 empresas gallegas en el período Febrero-Junio de 2010, algunos de los aspectos más relevantes en el desarrollo competitivo de nuestras empresas. En los siguientes epígrafes ofrecemos para las distintas variables los resultados arrojados por la muestra encuestada a nivel global y, en un análisis más detallado, por sistemas productivos sectoriales².

El cuestionario recoge para el año 2009, no sólo datos cuantitativos, sino que refleja la visión de los empresarios sobre la valoración o importancia que conceden a ciertos factores relativos a la competitividad en sus empresas.

6 | 1 Mercados y agentes

Productos

Los productos de la empresa han de ser constantemente evaluados y modificados para garantizar la satisfacción de los clientes. La calidad y el coste son dos factores fundamentales, pero cada vez más, ya no prima ofrecer lo mismo al mejor precio, sino ofrecer más a precios similares generando valor para el cliente, que cada vez torna más exigente.

En la siguiente tabla, se recogen las mejoras incorporadas por las empresas de la muestra, así como la valoración de las empresas en la utilización y registro de la marca como activo comercial.

Incorporación de mejoras en los productos o servicios durante el último año

Nº de empresas	232	62,70%	Calculado sobre la muestra total
Tipo de mejoras incorporadas			
	Nº de empresas	%	
Calidad	151	65,09%	Los porcentajes se calculan sobre el total de las empresas que declaran incorporar mejoras
Diseño	90	38,79%	
Servicios asociados	52	22,41%	
Costes	87	37,50%	
Otras	16	6,90%	

Un total de 232 empresas (62,70%) ha declarado haber incorporado algún tipo de mejora en sus productos o servicios durante el último año. La mayoría de las mejoras afectan a aspectos relacionados con la calidad del producto o servicio (65,09% de las empresas) y al diseño (38,79%). Además un 37,50% de las empresas ha reducido costes en la fabricación o prestación del servicio.

¹ Ficha técnica de la encuesta "Indicadores de competitividad de la empresa gallega 2010" en Anexos.

² Atendiendo a la representatividad se estudian aquellos sistemas productivos con una muestra superior a 7 empresas.

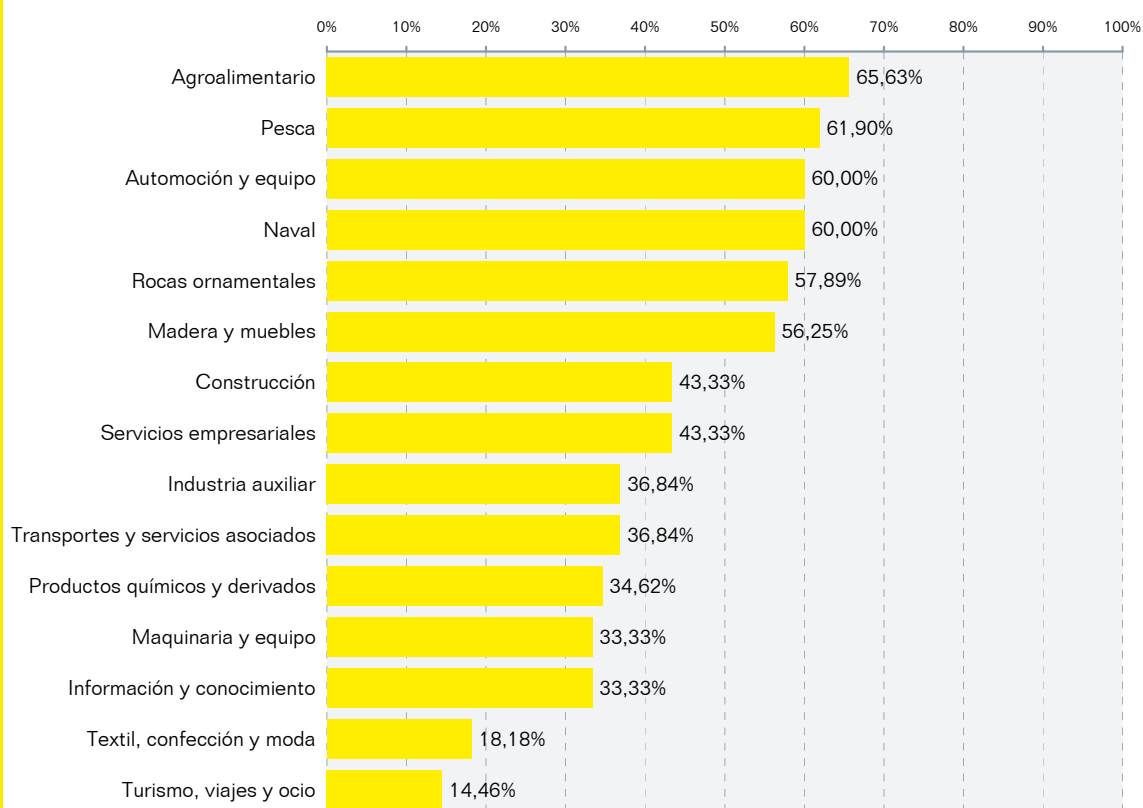
Marcas en productos y servicios

	Nº de empresas		
Marcas propias	140	37,84%	Calculado sobre la muestra total
Marcas registradas	135	96,43%	Calculado sobre el número de empresas que declaran utilizar marca

El 37,84% de las empresas encuestadas utiliza marca propia en sus productos o servicios, de éstas el 96,43% las tiene registradas.

En el siguiente gráfico reflejamos, sobre la base de los principales sistemas productivos sectoriales de Galicia, la utilización de marcas propias.

Marcas propias por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo sectorial

Los sistemas productivos agroalimentario y pesca son los que presentan un mayor porcentaje en la utilización de marcas propias para sus productos con un 65,63% y un 61,90% de las empresas del sistema productivo representadas en la muestra. En otros sistemas productivos, como automoción y equipo, naval, rocas ornamentales y madera y muebles entre el 50 y 60% de las empresas declaran ser propietarias de las marcas para la comercialización de sus productos.

Cientes

Hemos preguntado a las empresas por la implantación en la organización de sistemas orientados a la continua revisión, evaluación y adaptación de las necesidades, expectativas y satisfacción del cliente. Se ha analizado también, la percepción que las empresas tienen de cómo el mercado valora ciertos aspectos relacionados con sus productos.

Sistemas nuevos de promoción

Nº de empresas **160** **43,24%** Calculado sobre la muestra total

Un total de 160 empresas (43,24%) ha declarado haber incorporado algún tipo de sistema nuevo de promoción en el año 2009.

Tipo de sistemas de promoción

	Nº de empresas	%
Nuevo sistema de venta	24	15,00%
Campaña publicitaria	91	56,88%
Ofertas y promociones	103	64,38%
Otros	22	13,75%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran haber implantado nuevos sistemas de promoción

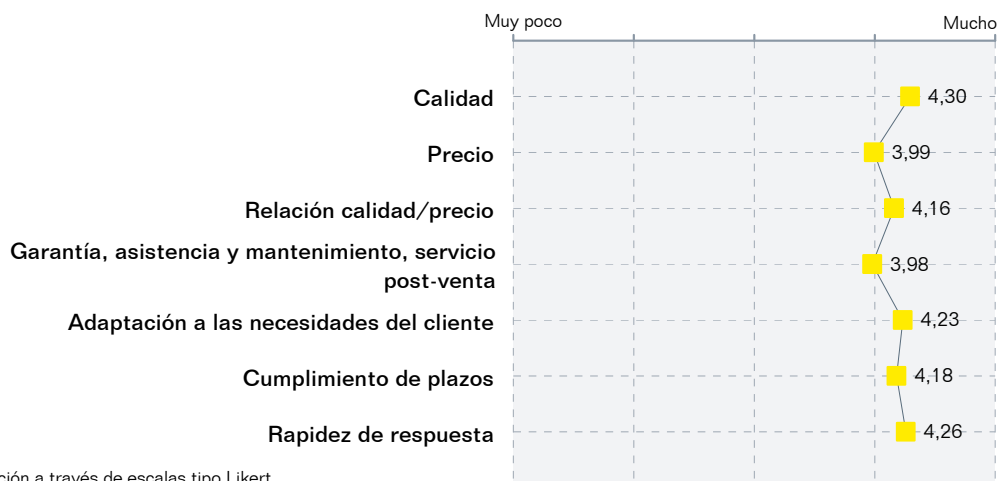
Un 64,38% de las empresas que incorporan sistemas nuevos de promoción lo hace con ofertas y promociones y un 56,88% con campañas publicitarias.

Sistema de evaluación periódica de clientes

Nº de empresas **191** **51,62%** Calculado sobre la muestra total

Aproximadamente el 52% de las empresas tienen implantado en la organización algún sistema de evaluación periódica del nivel de satisfacción del cliente.

Valoración por parte de los clientes de los productos y servicios de la empresa

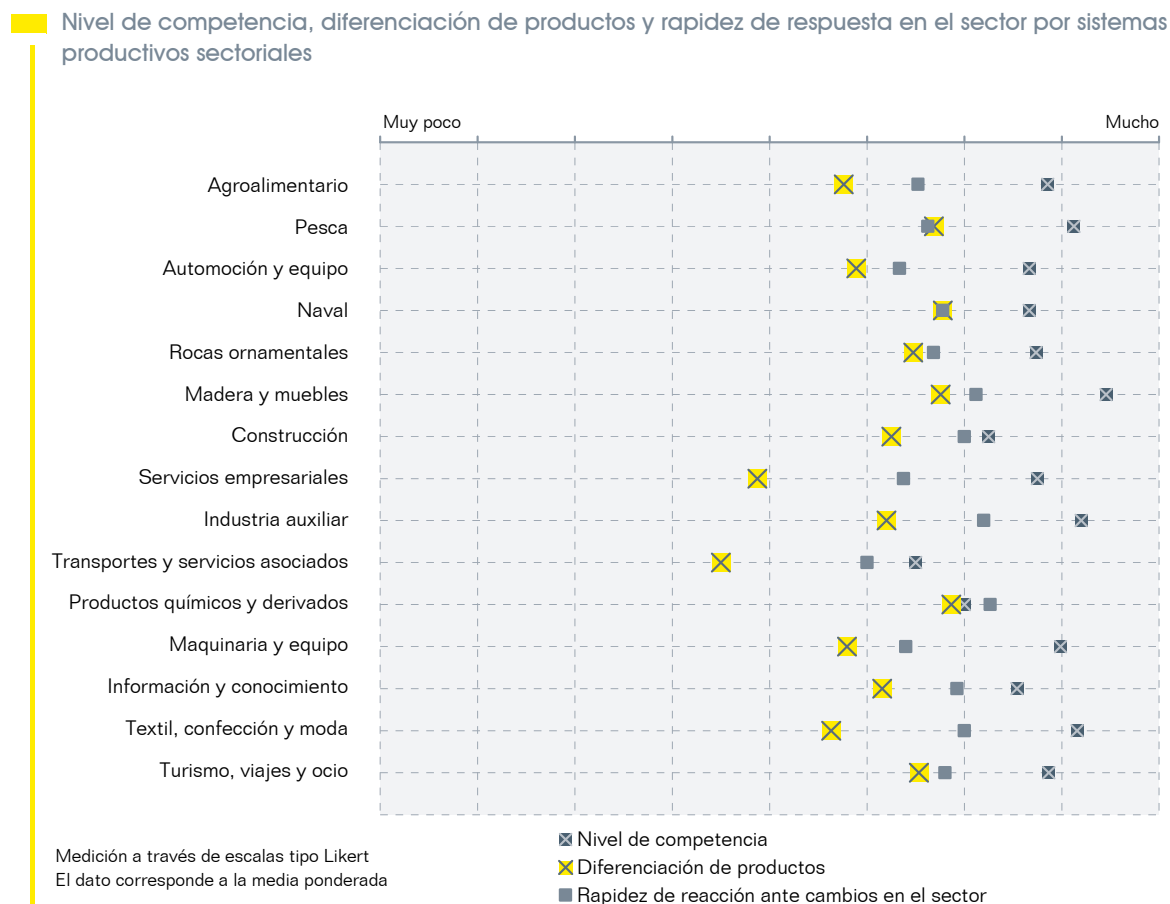


Medición a través de escalas tipo Likert
El dato corresponde a la media ponderada

El aspecto más ampliamente valorado por los clientes de las empresas es la calidad, la rapidez de respuesta y la adaptación a las necesidades del cliente.

Competencia

La adopción de medidas de mejora continua también supone la constante comparación y medición del propio desempeño con el de la competencia y, por consiguiente, una constante adaptación al entorno cambiante. Hemos analizado cómo se ven posicionadas las empresas, cómo perciben el nivel de competencia y cómo consideran que reaccionan ante cambios en el sector. El resultado de la posición de cada sistema productivo sectorial queda reflejado en el siguiente gráfico.



En general, todos los sistemas productivos perciben un alto nivel de competencia, destacando madera y muebles, industria auxiliar, textil, confección y moda y pesca. El sistema productivo de químicos y derivados es el que percibe una mayor diferenciación en los productos, y a su vez manifiesta una alta capacidad de respuesta ante los cambios del sector junto con otros, como industria auxiliar o madera y muebles.

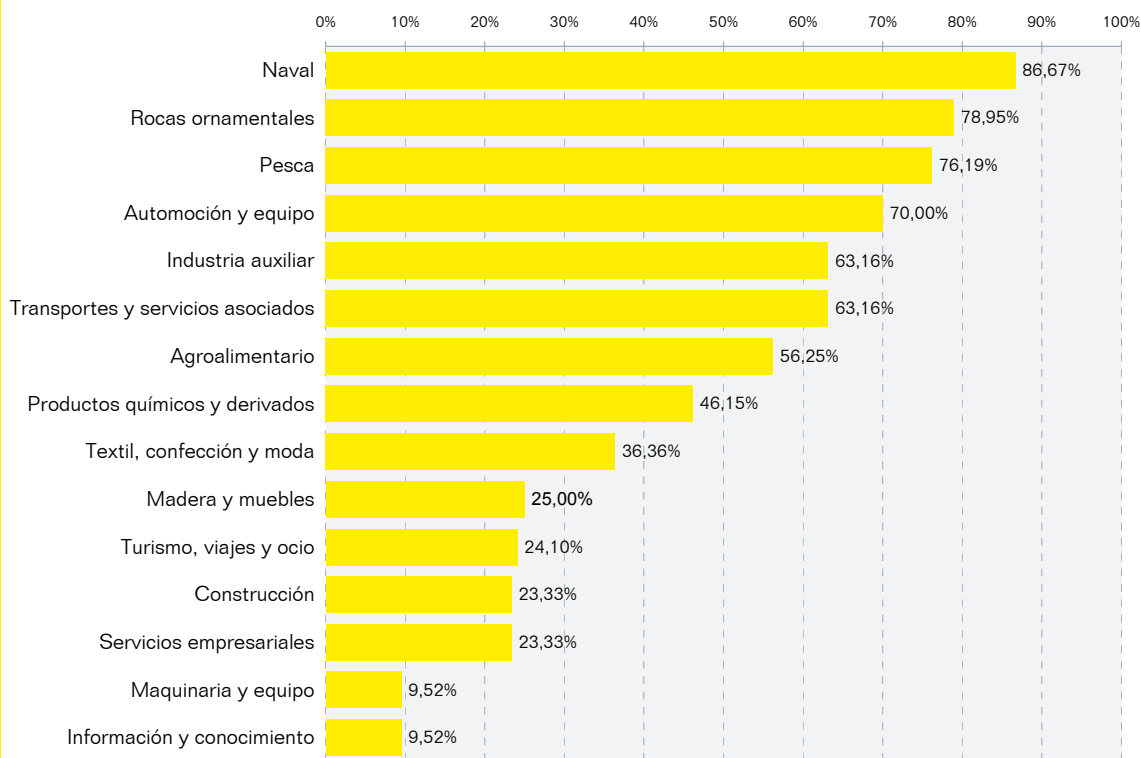
Internacionalización

El proceso de internacionalización en las empresas conlleva oportunidades basadas fundamentalmente a la expansión y diversificación de las ventas. Sin embargo, este proceso lleva asociado un alto grado de riesgo e incertidumbre. Para las empresas de reducida dimensión el asociacionismo o el establecimiento de acuerdos de cooperación se convierte en una vía de reducción del riesgo de este proceso, además de facilitar el acceso a recursos financieros.

Sea como fuere, la internacionalización supone una mejora competitiva para la empresa a través de un proceso de retroalimentación que redundará en un conocimiento mejor del mercado, así como el acceso a nuevos métodos de producción o mejora en el diseño y calidad de los productos como consecuencia de las exigencias de los nuevos mercados.

En la siguiente tabla analizamos, para la muestra encuestada, el porcentaje de empresas internacionalizadas (para la muestra total y por sistema productivos sectoriales) en el año 2009, además de la forma de acceso a los mercados internacionales. También aparece reflejado el porcentaje de las operaciones con mercados exteriores sobre el total de las operaciones del año.

Empresas internacionalizadas por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo sectorial

Entre las empresas de la muestra que representan al sistema productivo del naval un 86,67% declaran operar en mercados exteriores, le sigue rocas ornamentales con un 78,95%, la pesca con un 76,19% y automoción y equipo con un 70% de las empresas.

Operaciones en mercados exteriores

Nº de empresas **160** **43,24%** Calculado sobre la muestra total

Entre las empresas encuestadas, el 43,24% afirma realizar algún tipo de operación en los mercados fuera de España.

Forma de internacionalización

	Nº de empresas	%
Exportación	139	86,88%
Inversión directa	21	13,13%
Acuerdos de cooperación	34	21,25%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran operar en los mercados internacionales

El 86,88% de las empresas internacionalizadas realiza estrictamente operaciones de exportación. Un 13,13% opera con inversiones directas en otros países y el 21,25% accede a los mercados internacionales a través de acuerdos de cooperación.

	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
% sobre la ventas totales del año 2009	13%	15%

Para el cálculo se ha utilizado la mediana o valor central

Las empresas internacionalizadas declaran que las operaciones de importación representan el 13% de las ventas, mientras que las de exportación equivalen al 15%.

6 | 2 Procesos

Otro de los ejes sobre los que se articula la competitividad de la empresa gira en torno a la mejora continua a través de la búsqueda de eficiencia en los procesos de innovación, calidad del producto, productividad y actualización tecnológica.

Innovación

La innovación es actualmente un factor determinante en la consecución de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, ya que puede convertirse en una herramienta que distingue a la empresa de sus competidores. Pero el proceso de innovación no significa solamente invertir exclusivamente en I+D, sino que también puede implicar el desarrollo de nuevas formas de gestionar la empresa, nuevas vías de comercialización, mejorar las formas de producción... Una cultura organizativa orientada a la innovación en todas sus acepciones posiciona a la empresa en una situación ventajosa en una economía sometida a continuos cambios como es la actual.

A continuación, analizamos para las empresas encuestadas las actividades relacionadas con los procesos innovadores, así como la efectividad del proceso innovador en términos de impacto sobre las ventas.

Actividades de innovación

Nº de empresas **129** **34,86%** Calculado sobre la muestra total

Un 34,86% de las empresas encuestadas han declarado realizar actividades de innovación durante el año 2009.

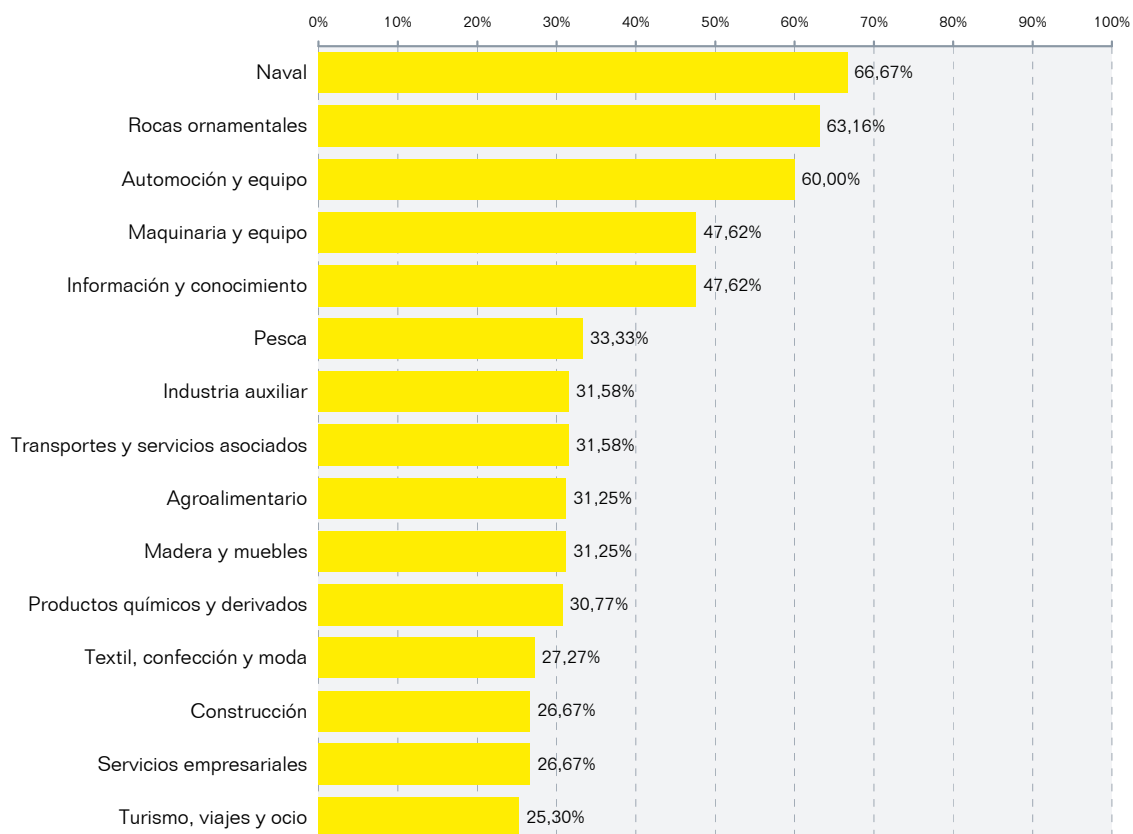
Tipo de innovación

	Nº de empresas	%	
Nuevos productos	84	65,12%	Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran realizar actividades de innovación
Cambios tecnológicos en procesos de producción	74	57,36%	
Nuevos métodos logísticos	33	25,58%	
Nueva organización en las funciones de la empresa	32	24,81%	
Otros	10	7,75%	

La mayoría de los procesos de innovación realizados por las empresas se refieren a la creación de nuevos productos (65,12%) y a cambios tecnológicos en los procesos de producción (57,36%) .

Entre los sistemas productivos representados en la muestra encuestada destaca el naval con el 66,67% de las empresas que realizan actividades relacionadas con la innovación, le siguen rocas ornamentales con el 63,16%, automoción y equipo (60%) y maquinaria y equipo, e información y conocimiento, con el 47,62% de las empresas cada uno de ellos.

Empresas que realizan actividades de innovación por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

Un aspecto importante en el proceso de innovación es la protección final de los procesos, productos nuevos o servicios patentados en su doble vertiente, por un lado excluye a cualquier otro de la posibilidad de utilización del proceso o producto durante un período de tiempo determinado y, por otro, el propietario de la patente tiene la posibilidad de conceder licencias de uso, lo que contribuye a la difusión de nuevas tecnologías y nuevos conocimientos.

Procesos, productos nuevos o servicios protegidos



Impacto de la innovación

	2009
Gasto total en I+D+i sobre las ventas anuales	2%
Impacto sobre ventas (parte del crecimiento de las ventas del año imputable a I+D+i)	5%

Se utiliza el valor central (Mediana)

Las empresas declaran que el gasto en innovación representa un 2% de las ventas del año. La inversión en I+D+i ha contribuido a incrementar las ventas en un 5%.

Razones por las que no innovan las empresas

	Nº de empresas	%
Desconoce las posibilidades y las ayudas existentes	58	24,07%
No ve la necesidad de dedicar tiempo y recursos a este tipo de actividades	72	29,88%
Supondrían un coste elevado que afectaría a la cuenta de resultados de la empresa	66	27,39%
Considera que no hay una adecuada predisposición de los investigadores de la universidad o de los centros tecnológicos a colaborar con las empresas gallegas	7	2,90%
No existe en la región una oferta adecuada a sus necesidades	24	9,96%
Prefiere adquirir las tecnologías que necesite en el mercado a hacer sus propios desarrollos	87	36,10%
No sabe dónde dirigirse para tratar estos temas	34	14,11%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran no realizar actividades de innovación

Entre las razones aportadas por las empresas por las que no han realizado actividades de innovación durante el año 2009 destacan: preferir adquirir las tecnología (36,10%), no ver la necesidad de dedicar tiempo y recursos a este tipo de actividades (29,88%) y supondrían un elevado coste que afectaría a la cuenta de resultados de la empresa (27,39%).

Certificación en calidad

Los procesos de mejora continua en la calidad repercuten positivamente en crear elementos diferenciadores para la empresa y en la consecución de ventajas competitivas sostenibles. Si además, la empresa garantiza el cumplimiento de ciertos estándares en cuanto a la calidad, estos elementos diferenciadores se ven potenciados por un incremento en el valor de la imagen de la empresa y una mayor facilidad de acceso a determinados mercados donde es ya una exigencia tanto a nivel de importadores, distribuidores o consumidores.

Certificación en calidad

Nº de empresas **191** **51,62%** Calculado sobre la muestra total

Un 51,62% de la muestra encuestada posee algún tipo de certificación en calidad.

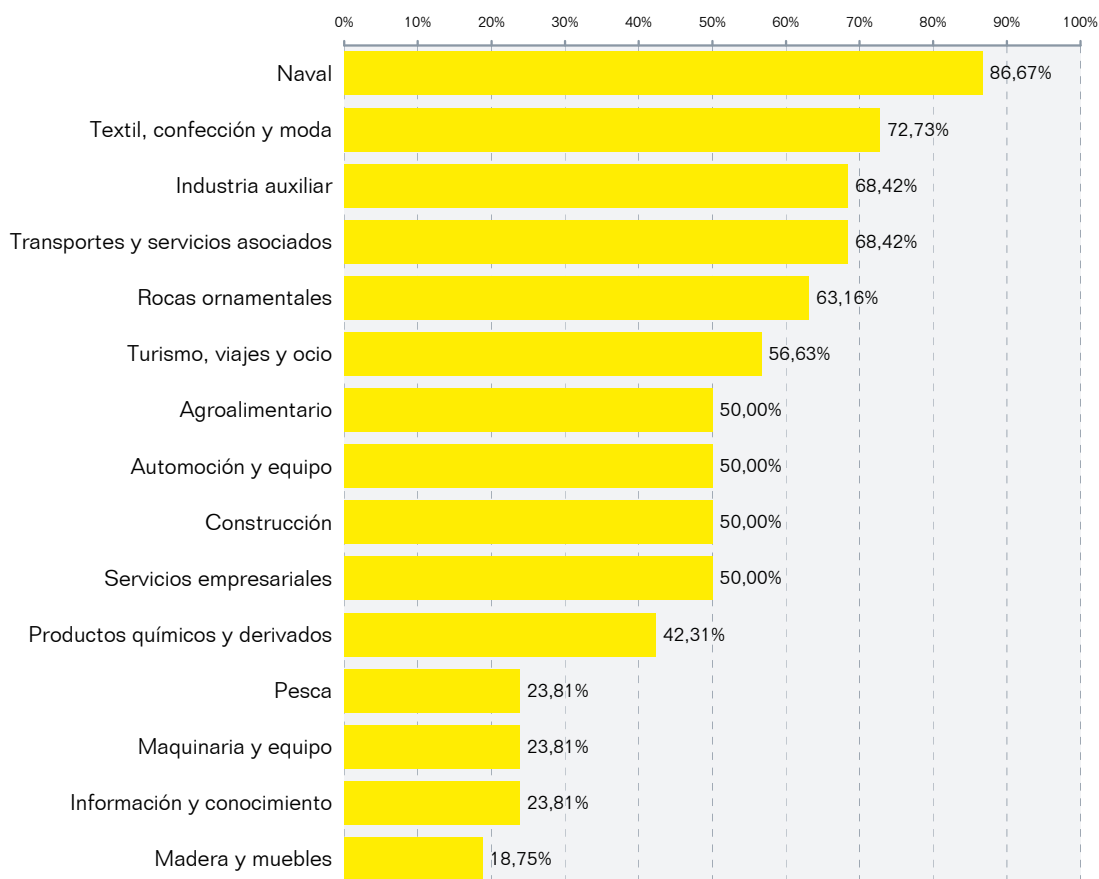
Tipo de certificación

	Nº de empresas	%
Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001, EFQM...)	174	91,10%
Específicas del sector (TS 16949, EN9100, "Q de Calidad Turística...)	11	5,76%
Productos ("Marca N" de AENOR, Denominación de Origen...)	19	9,95%
Otros	28	14,66%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declara poseer certificaciones de calidad

Más del 90% de las empresas que afirman poseer certificación en calidad lo hacen en sistemas de gestión de calidad tipo ISO 9001, EFQM, etc.

Empresas con certificación de calidad por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

El sistema productivo del naval lidera el ranking en cuanto a mayor número de empresas con certificaciones de aseguramiento en la calidad con el 86,67%. En el caso del textil, moda y confección el porcentaje de empresas con certificación es del 72,73%. Otros sistemas productivos sectoriales como industria auxiliar, transportes y servicios asociados y rocas ornamentales poseen algún tipo de certificación en más del 60% de los casos.

Productividad

Una empresa logra ser competitiva en el mercado cuando consigue aumentar la productividad en el uso de los recursos que emplea para obtener sus productos y servicios. Las mejoras en la productividad tienen una clara incidencia en los resultados de la empresa y a la postre, en el crecimiento económico y en el bienestar social.

En las siguientes tablas analizamos las empresas que han incorporado mejoras en la productividad (a nivel global y por sistemas productivos sectoriales) y el tipo de mejoras aplicadas.

Mejoras en la productividad

	2009	%
Nº de empresas	224	60,54%

Calculado sobre la muestra total

Entre las empresas encuestadas, 224 (60,54%) afirman haber incorporado alguna mejora que afectase a la productividad en el año 2009.

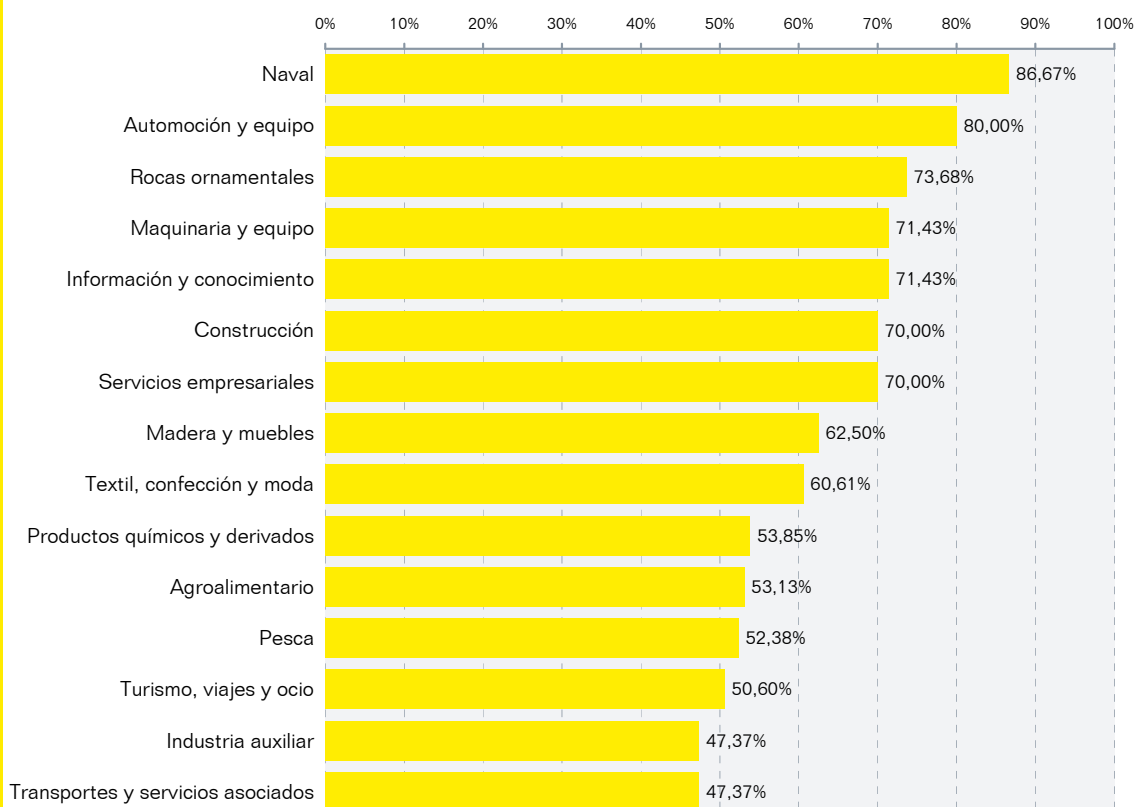
Tipo de mejoras

En las especificaciones del producto	48	21,43%
Equipo humano	81	36,16%
Planta y equipo productivo	58	25,89%
Organización y sistemas	124	55,36%
Mejora tecnológica	96	42,86%
Estilo de dirección	31	13,84%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran incorporar mejoras en la productividad

De las empresas que incorporan mejoras en la productividad el 55,36% lo hacen en organización y sistemas, 42,86% lo hacen en tecnología y el 36,16% en aspectos que afectan al equipo humano.

Empresas que incorporan mejoras en la productividad por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

Tecnología

La dimensión tecnológica de la empresa, junto con la innovadora juega un papel fundamental en la generación de ventajas competitivas, ya que, como impulsoras de la productividad, permiten una gestión más eficiente de los recursos y una mayor optimización de todos los procesos, desde la producción, pasando por las comunicaciones hasta los medios de pago.

Empresas que incorporan mejoras tecnológicas

2009		
Nº de empresas	128	34,59%
Calculado sobre la muestra total		

Un 34,59% de las empresas encuestadas ha declarado incorporar a lo largo del año 2009 algún tipo de mejora tecnológica.

Tipo de mejoras tecnológicas

	Nº de empresas	%
TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones)	90	70,31%
Tecnología de alimentos	10	7,81%
Tecnología de materiales	38	29,69%
Nanotecnología	3	2,34%
Biotecnología	1	0,78%
Otros	9	7,03%

Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran incorporar mejoras tecnológicas

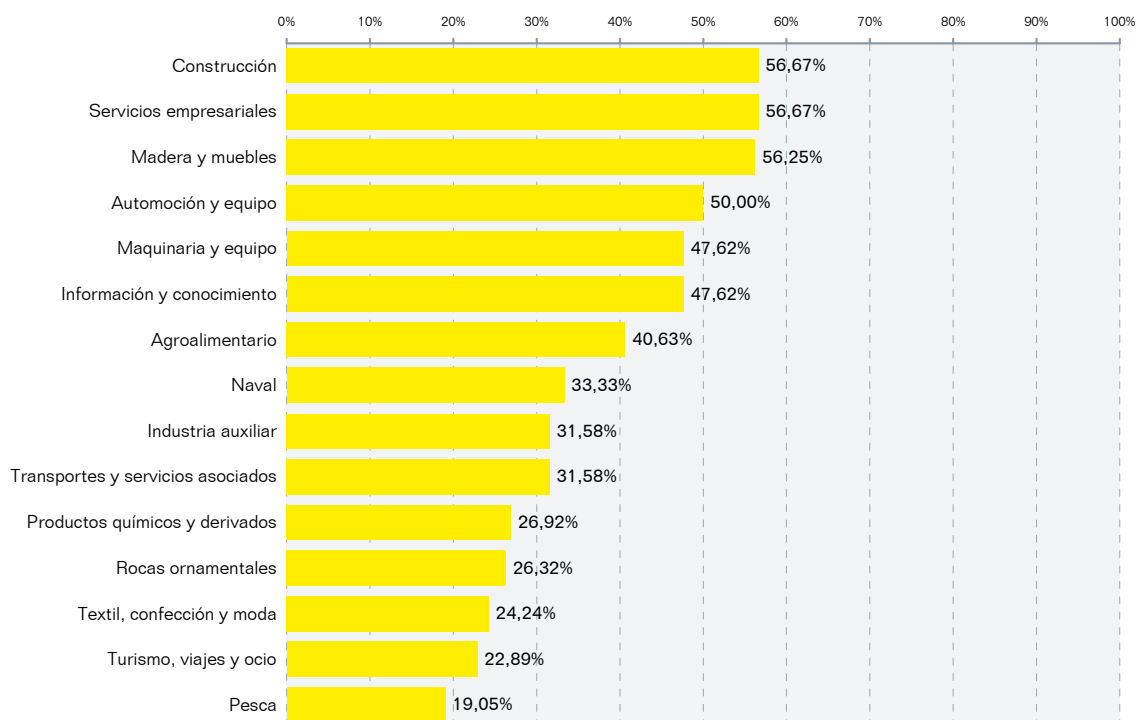
Los tipos de mejoras tecnológicas más frecuentes entre las empresas de la muestra son las relacionadas con las TIC (70,31%), seguidas de las de materiales (29,69%)

	Nº de empresas	%	% de inversión en tecnología sobre el total de la inversión anual en 2009
Empresas que realizan acciones vinculadas a la vigilancia tecnológica	64	17,30%	10%

Se utiliza el valor central (mediana)

El 17,30% de las empresas encuestadas realiza acciones vinculadas con la vigilancia tecnológica. El porcentaje de inversión en tecnología ha supuesto en el año 2009 un 10% sobre el total de inversión anual.

Empresas que incorporan mejoras tecnológicas por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

Cooperación

La cooperación se convierte en una vía para alcanzar metas de crecimiento que la organización por si sola no podría debido a los fuertes desembolsos necesarios. Las ventajas de los procesos de cooperación se basan fundamentalmente en la compartición y optimización de los recursos y la minimización del riesgo favoreciendo el posicionamiento en el mercado de la organización.

Hemos preguntado a las empresas si tienen acuerdos formales de cooperación con otras empresas o entidades y los ámbitos a los que afectan estos acuerdos.

Empresas con acuerdos de cooperación suscritos

Nº de empresas **140** 37,84% Calculado sobre la muestra total

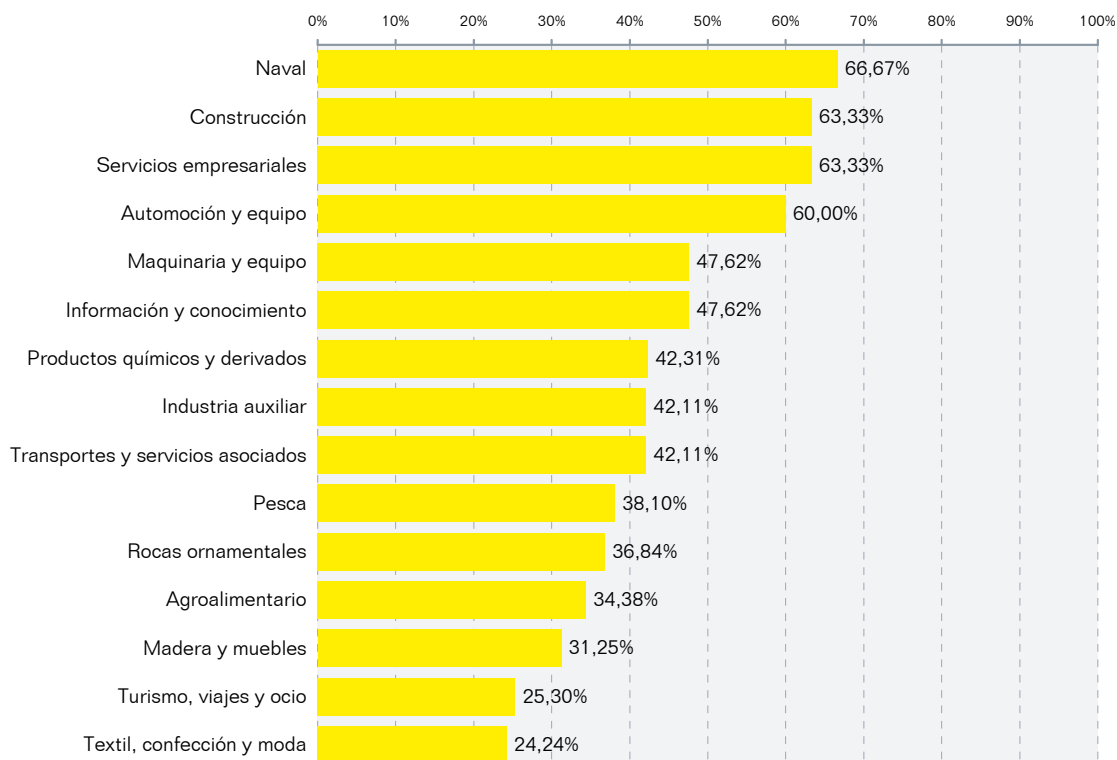
Aproximadamente, un 37,84% de las empresas encuestadas afirma tener suscrito algún acuerdo de cooperación con alguna otra entidad.

Tipo de acuerdos de cooperación

	Nº de empresas	%	
Comercial	70	50,00%	Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declaran tener suscritos acuerdos de cooperación
Técnica	67	47,86%	
Mixta	32	22,86%	

Entre las empresas encuestadas con acuerdos de cooperación suscritos, un 50% son de carácter comercial, un 47,86% son de tipo técnico y un 22,86% mixtos.

Empresas con acuerdos de cooperación por sistemas productivos sectoriales



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

El naval, construcción, servicios empresariales, automoción y equipo son los sistemas productivos que ocupan mejores posiciones en cuanto a acuerdos de colaboración suscritos, superan en todos los casos el 60% de empresas.

6 | 3 Capital humano

En un contexto altamente globalizado, en que las empresas orientan sus estrategias en términos de diferenciación del producto, la innovación y la fidelización del cliente, el objetivo de control de los costes laborales y su traslado a los precios ha dejado paso a otros como la capacitación de los directivos, la integración, motivación y formación de los trabajadores, y la creación de una cultura empresarial de mejora constante.

Así, los procesos de aprendizaje dentro de la empresa se convierten en ejes centrales en la consecución de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Y en un ámbito superior, el reto es convertir el conocimiento personal en conocimiento organizacional y éste en conocimiento supraorganizacional a través de redes de compartición, pasando de un plano individual a un ámbito social y colectivo, lo que contribuye exponencialmente al desarrollo y bienestar de nuestra sociedad.

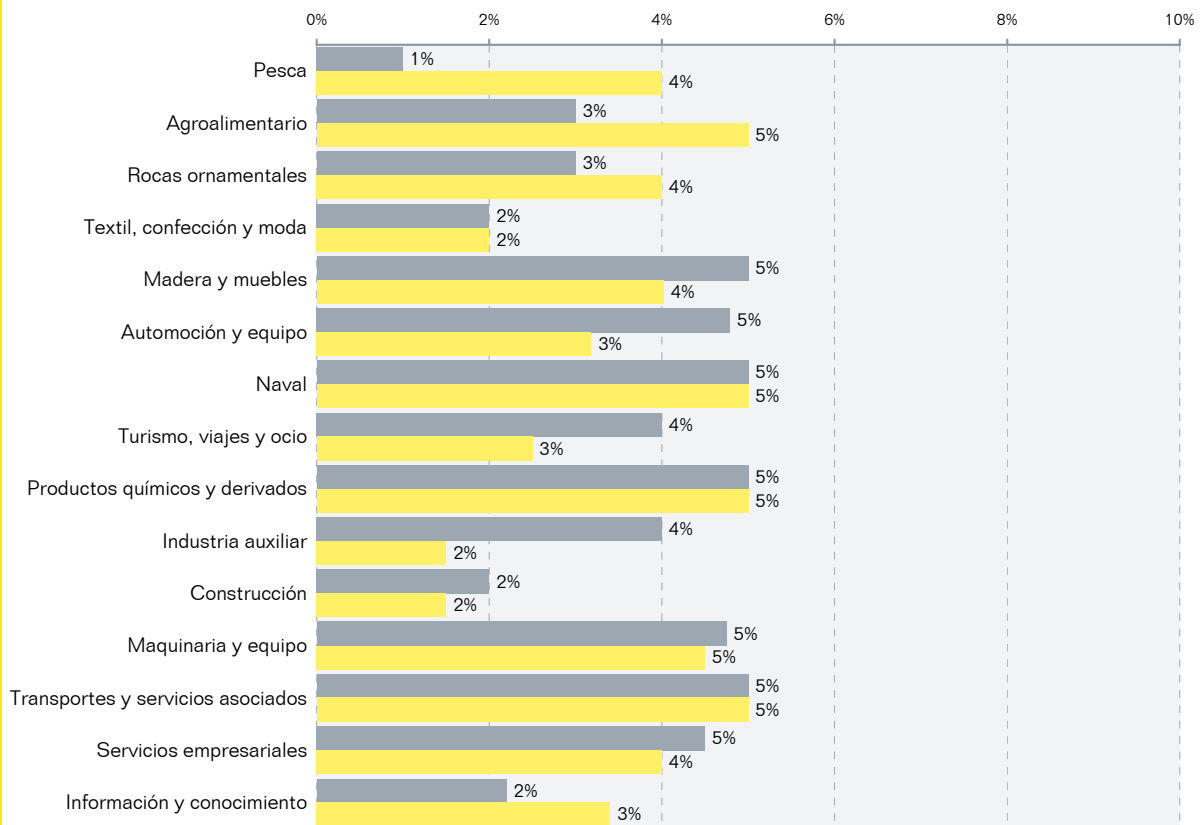
Horas dedicadas a formación

	DIRECTIVOS Y CUADROS INTERMEDIOS	RESTO DE PERSONAL
% de horas dedicadas a formación sobre horas totales trabajadas en 2009 *	3,25%	4%

* Se utiliza el valor central (Mediana)

Las empresas declaran destinar, sobre el cómputo anual de horas trabajadas en el año 2009, un 3,25% de horas a formación para directivos y cuadros intermedios y un 4% en el caso del resto de personal.

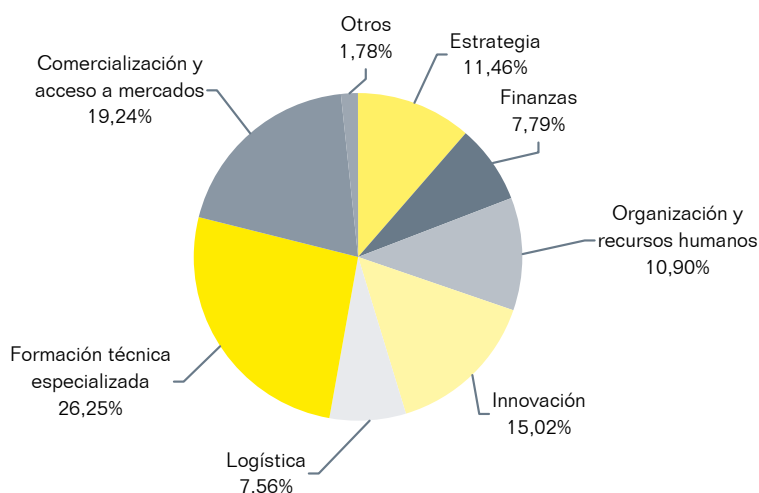
Horas destinadas a formación por sistemas productivos sectoriales



Se ha utilizado el valor central (Mediana)

■ Directivos y Cuadros Intermedios ■ Resto de personal

Valoración de los aspectos en los que debería incidir la formación



En el gráfico se expresa en porcentaje la importancia de cada una de las respuestas sobre el total

Los aspectos más valorados por las empresas encuestadas en cuanto a la necesidad de formación son: la técnica especializada (26,25%), la comercialización y acceso a mercados (19,24%) y la relacionada con la innovación (15,02%).

Analizamos ahora otros aspectos relacionados con la gestión de los recursos humanos dentro de la organización, primero sobre la muestra total y después en un estudio detallado para los principales sistemas productivos sectoriales gallegos.

Gestión de los recursos humanos

	Nº de empresas	%	
Departamento de Recursos Humanos	152	41,08%	Calculado sobre la muestra total
Sistema de evaluación del rendimiento de los empleados	168	45,41%	
Programa planificado de incentivos	115	31,08%	
% de la plantilla correspondiente a empleados fijos *	90%		
% de la plantilla correspondiente a mujeres *	25%		
% de la plantilla con retribución variable *	32,5%		* Se utiliza el valor central (Mediana)

Un 41,08% de las empresas encuestadas afirma contar en su organización con departamento de recursos humanos, y un 45,41% declara que cuenta con un sistema de evaluación del rendimiento de sus empleados.

Un 32,5% de la plantilla (medido a través de la mediana) tiene retribución variable en su nómina.

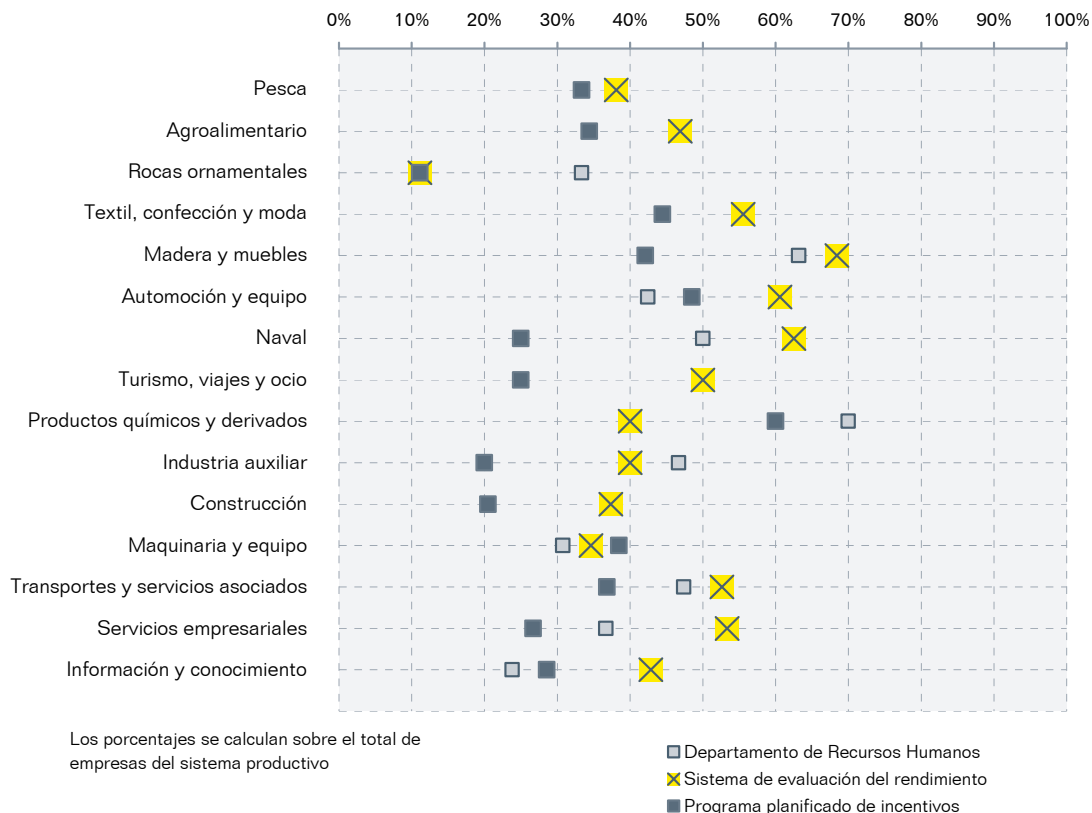
Por término medio el 90% de la plantilla corresponde a empleados fijos y el 25% a mujeres.

Los sistemas productivos mejor posicionados en cuanto a la existencia de departamento de recursos humanos dentro de la organización son productos químicos y derivados, madera y muebles y naval.

Si analizamos si las empresas tienen implantados sistemas de evaluación del rendimiento los sistemas productivos con mayor porcentaje son madera y muebles, automoción y equipo y naval.

En el caso de retribución mediante programas planificados de incentivos las mejores posiciones son ocupadas por productos químicos y derivados, automoción y equipo y textil, confección y moda.

Gestión de los recursos humanos por sistemas productivos sectoriales



6 | 4 Desarrollo sostenible y responsabilidad social corporativa

Las estrategias adheridas al concepto de responsabilidad social corporativa afectan en gran medida al grado de ventajas competitivas sólidas de nuestras empresas. Por un lado propicia una mejora en la calidad de la gestión de la empresa en términos de aprovechamiento eficiente de los recursos naturales y reducción de costes, y por otro genera una clara aportación al valor de la empresa por parte de los grupos de interés (stockholders), que ven atendidas así sus expectativas y necesidades.

Empresas con sistema de evaluación medioambiental

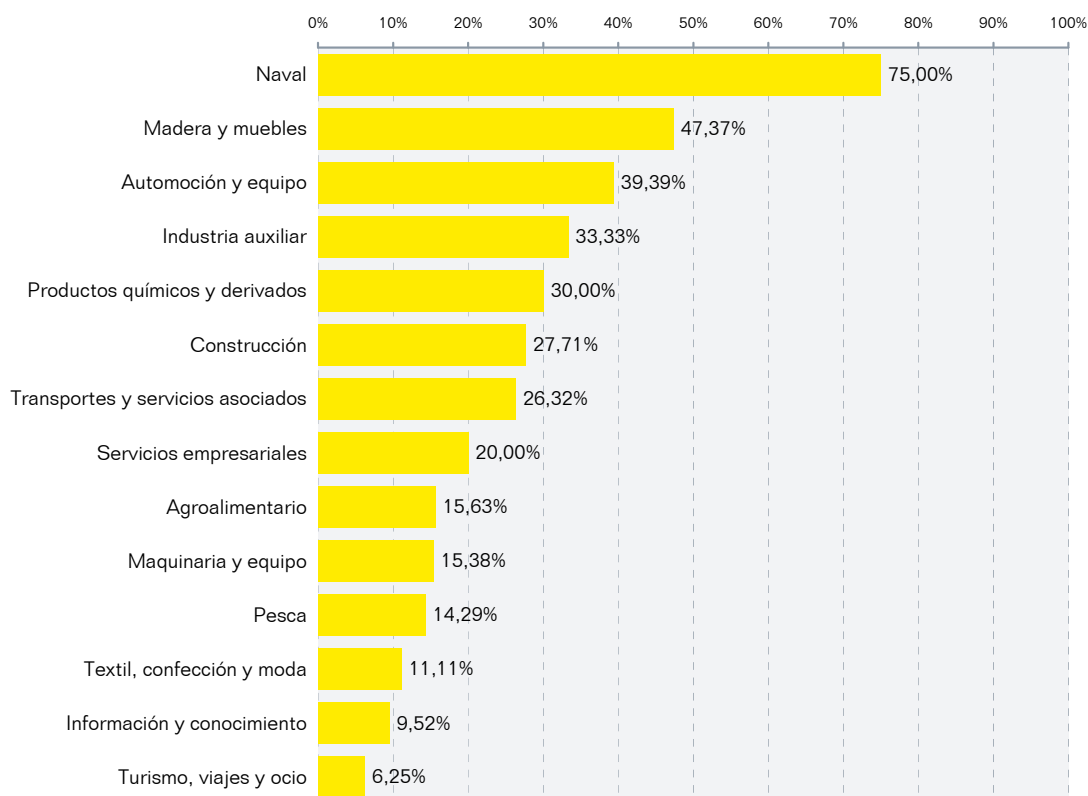
Nº de empresas **90** **24,32%** Calculado sobre la muestra total

Tipo de sistema de gestión medioambiental

Tipo de sistema de gestión medioambiental	Nº de empresas	%	Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas que declara poseer sistema de evaluación medioambiental
Certificación medioambiental NORMA ISO 14001	84	93,33%	
EMAS (Reglamento 761/2001)	14	15,56%	

Un 24,32% de las empresas encuestadas afirma poseer algún sistema de evaluación medioambiental. La mayoría de las empresas encuestadas con sistema de evaluación medioambiental tienen certificación del tipo ISO 14001 (93,33%).

Empresas con sistema de gestión medioambiental por sistemas productivos



Los porcentajes se calculan sobre el total de empresas del sistema productivo

Análisis de algunos aspectos relacionados con la gestión medioambiental

	Nº de empresas	%
Realizan gastos/Inversiones en protección del medio ambiente	82	22,16%
Porcentaje de gastos/inversión sobre ventas en 2009*		1%
* Se utiliza el valor central (Mediana)		
Esfuerzos en la optimización de recursos naturales	94	25,41%
Imponen condiciones de gestión del medio ambiente a proveedores	75	20,27%
Informan sobre el impacto medioambiental en la memoria de la empresa	93	25,14%

Los porcentajes se calculan sobre la muestra total

El 22,16% de las empresas encuestadas afirma realizar algún gasto/inversión anual en protección del medio ambiente, el gasto/inversión, medido a través de la mediana supuso el 1% de las ventas anuales en el año 2009. El 25,41% realiza acciones encaminadas a la optimización de los recursos naturales, un 20,27% impone algún tipo de condición a sus proveedores en la gestión del medio ambiente y el 25,14% informa en la memoria de la empresa sobre el impacto medioambiental.

6 | 5 Conclusiones

La encuesta para 2009 refleja bien la diversidad de preferencias y estrategias empresariales. Siguen siendo minoría (el 24,32%) las empresas que incluyen los objetivos medioambientales en sus esquemas. Aunque existen diferencias intersectoriales, en parte explicadas por diferencias en los requerimientos legales, parece claro que a muchas empresas les cuesta implicarse en un ámbito para el que no ven una rentabilidad privada inmediata.

Algo similar ocurre en el ámbito de la innovación. Aunque en este caso los beneficios privados existen (el 5% de las ventas se explican por las innovaciones) sólo un tercio de las empresas encuestadas innovan. Del resto, una parte muy significativa justifican su escaso compromiso en este sentido alegando su influencia negativa sobre la cuenta de resultados a corto plazo, la falta de necesidad, o el desconocimiento de las posibilidades existentes. En todo caso, el esfuerzo en I+D+i de las empresas de la muestra supera de forma significativa la media gallega. Con una inversión equivalente al 2% sobre ventas, se sitúa claramente por encima del 1,8% sobre el valor añadido para el conjunto de las empresas gallegas.

Tampoco la cooperación empresarial es la nota dominante. Poco más de un tercio de las empresas apuestan por ella, lo que habla a las claras de la necesidad de reforzar la estrategia de clusterización e incentivar la densidad de las redes de cooperación.

En el terreno más positivo, hay que destacar la mayor predisposición de las empresas en materia de recursos humanos, certificación de calidad, mejora de la productividad y promoción comercial. Una explicación al mayor compromiso con estos objetivos es que sus beneficios privados se muestran más directos en el corto plazo en las cuentas de resultados. Especialmente reseñable es el elevado porcentaje de tiempo de trabajo que las empresas dedican a la formación de sus trabajadores. Con un porcentaje medio situado entre el 3,25% y el 4%, se llega a más de 60 horas anuales de formación: porcentaje muy superior a la media de los países europeos líderes en este ámbito. Sin duda, merecería la pena profundizar en las causas de este resultado.

Es también muy positivo que más del 43% de las empresas esté internacionalizada, a través de fórmulas de exportación, inversión directa o acuerdos de cooperación. Sin duda, el diseño de la muestra, en el que quedan fuera las empresas más pequeñas, explica este resultado muy superior a la media del conjunto de empresas gallegas. Y además, hay que subrayar que esta estrategia internacionalizadora va acompañada de un esfuerzo en pos de la calidad certificada que realizan más de la mitad de empresas. Como se señala en otros apartados del informe internacionalización y calidad son dos de las claves para el desarrollo socioeconómico de un territorio relativamente pequeño como es Galicia.